

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет (Україна)

Вища школа економіко-гуманітарна (Республіка Польща)

Академія техніко-гуманітарна (Республіка Польща)

IBM Canada, м. Торонто (Канада)

Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку

Національної академії наук України", м. Київ (Україна)

Парламент Ізраїлю, м. Єрусалим (Держава Ізраїль)

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» (Україна)

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

Технічний університет –Варна (Республіка Болгарія)

Університет "Проф. д-р Асен Златаров", м. Бургас (Республіка Болгарія)

Університет Торонто (Канада)

УО «Вітебський державний технологічний університет» (Республіка Білорусь)

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

**Міжнародної науково-практичної конференції
імені проф. Балацького О. Ф.
(Суми, 11–12 травня 2016 р.)**

У двох томах

Том 1

Суми
Сумський державний університет
2016

акцизи трохи швидше, ніж ростуть доходи. Так, за підрахунками експертів період гармонізації акцизної політики в Україні має скласти 18 років (що навіть менше ніж це відбулося в нових країнах-членах ЄС). У такому випадку середньорічний приріст величини акцизу буде дорівнювати 16%.

1. Боярчук Д., Лещенко Н. Сигарети, контрабанда і акцизи: європейські практики гармонізації акцизних ставок [Електронний ресурс] / Боярчук Д. // В рамках діяльності Бізнес-ради «Ціни держави».

РИНОК ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

студентка гр. УО-31 **Кухарєва І.І.**
ХНУ ім. В.Н.Каразіна (Україна)

Франчайзинг представляє собою високоефективну форму організації діяльності, що характеризується низьким рівнем ризику та високим рівнем прибутку. Необхідність франчайзингу в Україні зумовлена гальмуванням економічного зростання, втратою ринків збуту багатьма вітчизняними підприємствами в умовах загострення конкуренції на внутрішніх ринках, відсутністю достатніх фінансових можливостей для запровадження нових технологій у процес виробництва, неконкурентоспроможністю порівняно з іноземними фірмами, ускладнення відносин з основними торговельними партнерами.

Зазначену проблематику у різні роки досліджував цілий ряд науковців, зокрема: Суковатий О.В., Рикова І.В., Колесников В.В., Григоренко Т.М., Гвоздецька І.В., Крайніков І.М., Кузьмін О.Є., Левченко Ю.Г. та інші.

Станом на 1 червня 2014 року на території України функціонувало 425 франчайзингових компаній, які розширювали свої мережі за рахунок відкриття як власних, так і франчайзингових об'єктів, та 145 компаній, які мали тільки власні точки (знаходились в активному пошуку партнера - франчайзі або зовсім недавно стали учасником на ринку франчайзингу) [4].

Протягом 2014 року у процесі розвитку франчайзингу в Україні значно поглибилися негативні тенденції: нестабільна політична ситуація та затяжні військові дії на сході країни обумовили низький зовнішній та внутрішній попит; зниження купівельної спроможності населення та відтік інвестицій.

На ринку франчайзингу в Україні з'явилося нове явище – так звані «франчайзі-переселенці» - економічно активні підприємці, котрі намагалися знайти прийнятні варіанти для переміщення власного бізнесу з території сходу країни і Криму. Це призвело до збільшення активності вибору франшиз і з'явилися угоди на покупку нерухомості, використовуваної під бізнес. Ще одна тенденція - поява невеликих мобільних франшиз.

Однією з найважливіших проблем розвитку франчайзингу в Україні є відсутність стабільності, що полягає у постійних стрибках розвитку економіки країни, що призводить до різких коливань попиту на усі види

товарів, регулярних переділах власності тощо. Ситуація ускладнюється ще й дефіцитом західних інвестицій в українську економіку, що можна пояснити несприятливим інвестиційним кліматом [1].

На відміну від норм міжнародного права в українському законодавстві відсутнє поняття «франчайзингу», натомість існує поняття «комерційна концесія» як вид договорів, за якими здійснюється комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності. Франчайзингові правовідносини регулюються Господарським Кодексом України і Цивільним Кодексом України.

Податковий кодекс України обмежує перспективи розвитку малого бізнесу, змушуючи підприємців шукати обхідні шляхи у здійсненні платежів «роялті» та «паушальний платіж» своїм партнерам [2]. Серед інших проблем: висока вартість франшизи порівняно з низькою купівельною спроможністю покупців, недостатня кількість вітчизняних кваліфікованих спеціалістів, складні умови та бар'єри організації та ведення бізнесу, відсутність відповідних консультативних структур, жорсткий адміністративний та податковий тягар, високий рівень витрат для експортерів, відсутність у більшості потенційних франчайзі необхідного стартового капіталу.

Група соціально-психологічних факторів включає: відсутність у вітчизняних підприємців належного досвіду у сфері франчайзингу і взагалі розуміння ведення бізнесу за західними зразками, відсутність належної поваги до інтелектуальної власності інших суб'єктів ринку, боязнь потенційних франчайзі втратити самостійність унаслідок «надмірного» контролю з боку франчайзера, небажання надавати партнеру повну і достовірну інформацію [3].

В майбутньому в Україні очікується розширення франчайзингових мереж, задіяних у сфері надання послуг. Однак, для реалізації перспектив франчайзингової форми співробітництва в Україні необхідно створити наступні умови: внести систему розвитку франчайзингу до складу урядових програм підтримки малого підприємництва; лобювати у Верховній Раді створення спеціальних законів про франчайзинг; створити систему податкових пільг для франчайзі; надати можливість для франчайзі застосовувати спрощену систему бухгалтерського обліку та звітності; створити мережу навчально-консультативних центрів із франчайзингу.

1. Гвоздецька І.В. Франчайзинг у діяльності українських підприємств / І. В. Гвоздецька // Економічні студії. – 2014. – №1 (01). – С. 79 – 82.

2. Кац Р.Б. Франчайзинг: построение предприятия, бухгалтерський учет, правовые аспекты / Р.Б. Кац. – М.: Наука, 2010. – 180 с.

3. Проблеми і перспективи впровадження франчайзингу як нового підходу до ведення бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4158/1/>

4. Рынок франчайзинга в Украине и за рубежом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua>

Науковий керівник: викл. Калюжна А.Б.